

展陈设计实践系列丛书

李赛飞 肖 剑 李 禹 编著

现代展示 设计与实训

DISPLAY DESIGN
AND
PRACTICE TRAINING

辽宁美术出版社

DISPLAY DESIGN

展陈设计实践系列丛书

现代展示 设计与实训

*DISPLAY DESIGN
AND
PRACTICE TRAINING*

李赛飞 肖 剑 李 禹 编著

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

现代展示设计与实训 / 李赛飞等编著. -- 沈阳 :
辽宁美术出版社, 2014.5

(展陈设计实践系列丛书)

ISBN 978-7-5314-6114-2

I. ①现… II. ①李… III. ①陈列设计 IV.
①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第089706号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳鹏达新华广告彩印有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 6

字 数: 140千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东

封面设计: 范文南 洪小冬 林 枫

版式设计: 彭伟哲 薛冰焰 吴 烨 高 桐

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6114-2

定 价: 48.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

<http://www.lnmscbs.com>

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

序 >>

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前，出于对美术教育和学生负责的考虑，我们做了一些调查，从中发现，那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。而且有意思的是，同一个教师在同个专业所上的同一门课中，所选用的教材也是五花八门、良莠不齐，由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻，因而直接影响到教学质量。

学生的审美和艺术观还没有成熟，再加上缺少统一的专业教材引导，上述情况就很难避免。正是在这个背景下，我们在坚持遵循中国传统基础教育与内涵和训练好扎实绘画（当然也包括设计摄影）基本功的同时，向国外先进国家学习借鉴科学的并且灵活的教学方法、教学理念以及对专业学科深入而精微的研究态度，辽宁美术出版社会同全国各院校组织专家学者和富有教学经验的精英教师联合编撰出版了《21世纪全国高职高专美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材》。教材是无度当中的“度”，也是各位专家长年艺术实践和教学经验所凝聚而成的“闪光点”，从这个“点”出发，相信受益者可以到达他们想要抵达的地方。规范性、专业性、前瞻性的教材能起到指路的作用，能使使用者不浪费精力，直取所需要的艺术核心。从这个意义上说，这套教材在国内还是具有填补空白的意义。

21世纪全国高职高专美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材编委会

目录

contents

序

— 第一章 展示设计概论 007

- 第一节 什么是展示设计 / 008
- 第二节 展示的本质 / 008
- 第三节 展示的特征 / 009
- 第四节 展示设计的种类 / 012
- 第五节 展示设计的演变及发展价值 / 014

— 第二章 如何做展示设计 017

- 第一节 概述 / 018
- 第二节 展示设计的前期准备 / 020
- 第三节 展示方案的创意 / 021
- 第四节 展示的工程实施 / 024

— 第三章 展示设计的空间 027

- 第一节 展示设计的空间形式 / 028
- 第二节 展示空间设计的平面规划 / 030
- 第三节 展示立面空间设计 / 033
- 第四节 展示空间的艺术处理手法 / 036

— 第四章 展示设计的照明表现

041

第一节 照明的形式 / 042

第二节 照明的种类 / 042

第三节 灯具和光源 / 045

第四节 照明设计常用的处理手法 / 051

— 第五章 展示设计的表现技法

053

第一节 展示设计的图纸应用 / 054

第二节 透视效果图 / 056

第三节 展示模型的设计与制作 / 061

第四节 计算机辅助设计 / 068

— 第六章 展示环境设计分类

071

第一节 商业展示 / 072

第二节 产品展示设计 / 080

第三节 博物馆展示设计 / 086

第四节 虚拟展示设计 / 092

后记

DISPLAY DESIGN

展陈设计实践系列丛书

现代展示 设计与实训

*DISPLAY DESIGN
AND
PRACTICE TRAINING*

李赛飞 肖 剑 李 禹 编著

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

现代展示设计与实训 / 李赛飞等编著. — 沈阳 :
辽宁美术出版社, 2014.5

(展陈设计实践系列丛书)

ISBN 978-7-5314-6114-2

I. ①现… II. ①李… III. ①陈列设计 IV.
①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第089706号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳鹏达新华广告彩印有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 6

字 数: 140千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东

封面设计: 范文南 洪小冬 林 枫

版式设计: 彭伟哲 薛冰焰 吴 烨 高 桐

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6114-2

定 价: 48.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

<http://www.lnmscbs.com>

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

21世纪全国高职高专美术·艺术设计专业
“十二五”精品课程规划教材

学术审定委员会主任

苏州工艺美术职业技术学院院长

廖军

学术审定委员会副主任

南京艺术学院高等职业技术学院院长

郑春泉

中国美术学院艺术设计职业技术学院副院长

夏克梁

苏州工艺美术职业技术学院副院长

吕美利

联合编写院校委员(按姓氏笔画排列)

丁峰	马金祥	孔锦	尤长军	方楠	毛连鹏
王中	王礼	王冰	王艳	王宗元	王淑静
邓军	邓澄文	韦荣荣	石硕	任陶	刘凯
刘雁宁	刘洪波	匡全农	安丽杰	朱建军	朱小芬
许松宁	何阁	余周平	吴冰	吴荣	吴群
吴学云	张芳	张峰	张远珑	张礼泉	李新华
李满枝	杜娟	杜坚敏	杨海	杨洋	杨静
邱冬梅	陈新	陈鑫	陈益峰	周巍	周箭
周秋明	周燕弟	罗帅翔	范欣	范涛	郑祎峰
赵天存	凌小红	唐立群	徐令	高鹏	黄平
黄民	黄芳	黄世明	黄志刚	曾传珂	蒋纯利
谢群	谢跃凌	蔡笑	谭建伟	戴巍	

学术审定委员会委员

南京艺术学院高等职业技术学院艺术设计系主任

韩慧君

南宁职业技术学院艺术工程学院院长

黄春波

天津职业大学艺术工程学院副院长

张玉忠

北京联合大学广告学院艺术设计系副主任

刘楠

湖南科技职业学院艺术设计系主任

丰明高

山西艺术职业学院美术系主任

曹俊

深圳职业技术学院艺术学院院长

张小刚

四川阿坝师范高等专科学校美术系书记

杨瑞洪

湖北职业技术学院艺术与传媒学院院长

张勇

呼和浩特职业学院院长

易晶

邢台职业技术学院艺术与传媒系主任

夏万爽

中州大学艺术学院院长

于会见

安徽工商职业学院艺术设计系主任

杨帆

抚顺师范高等专科学校艺术设计系主任

王伟

江西职业美术教育艺术委员会主任

胡诚

辽宁美术职业学院院长

王东辉

郑州师范高等专科学校美术系主任

胡国正

福建艺术职业学院副院长

周向一

浙江商业职业技术学院艺术系主任

叶国丰

学术联合审定委员会委员(按姓氏笔画排列)

丁耀林	尤天虹	文术	方荣旭	王伟	王斌
王宏	韦剑华	冯立	冯建文	冯昌信	冯顺军
卢宗业	刘军	刘彦	刘升辉	刘永福	刘建伟
刘洪波	刘境奇	许宪生	孙波	孙亚峰	权生安
宋鸿筠	张省	张耀华	李克	李波	李禹
李涵	李漫枝	杨少华	肖艳	陈希	陈峰
陈域	陈天荣	周仁伟	孟祥武	罗智	范明亮
赵勇	赵婷	赵诗镜	赵伟乾	徐南	徐强志
秦宴明	袁金戈	郭志红	曹玉萍	梁立斌	彭建华
曾颖	谭典	潘沁	潘春利	潘祖平	濮军一

序 >>

「 当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前，出于对美术教育和学生负责的考虑，我们做了一些调查，从中发现，那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。而且有意思的是，同一个教师在同一个专业所上的同一门课中，所选用的教材也是五花八门、良莠不齐，由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻，因而直接影响到教学质量。

学生的审美和艺术观还没有成熟，再加上缺少统一的专业教材引导，上述情况就很难避免。正是在这个背景下，我们在坚持遵循中国传统基础教育与内涵和训练好扎实绘画（当然也包括设计摄影）基本功的同时，向国外先进国家学习借鉴科学的并且灵活的教学方法、教学理念以及对专业学科深入而精微的研究态度，辽宁美术出版社会同全国各院校组织专家学者和富有教学经验的精英教师联合编撰出版了《21世纪全国高职高专美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材》。教材是无度当中的“度”，也是各位专家长年艺术实践和教学经验所凝聚而成的“闪光点”，从这个“点”出发，相信受益者可以到达他们想要抵达的地方。规范性、专业性、前瞻性的教材能起到指路的作用，能使使用者不浪费精力，直取所需要的艺术核心。从这个意义上说，这套教材在国内还是具有填补空白的意义。

21世纪全国高职高专美术·艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材编委会



目录 contents

序

— 第一章 展示设计概论 007

- 第一节 什么是展示设计 / 008
- 第二节 展示的本质 / 008
- 第三节 展示的特征 / 009
- 第四节 展示设计的种类 / 012
- 第五节 展示设计的演变及发展价值 / 014

— 第二章 如何做展示设计 017

- 第一节 概述 / 018
- 第二节 展示设计的前期准备 / 020
- 第三节 展示方案的创意 / 021
- 第四节 展示的工程实施 / 024

— 第三章 展示设计的空间 027

- 第一节 展示设计的空间形式 / 028
- 第二节 展示空间设计的平面规划 / 030
- 第三节 展示立面空间设计 / 033
- 第四节 展示空间的艺术处理手法 / 036

— 第四章 展示设计的照明表现

041

- 第一节 照明的形式 / 042
- 第二节 照明的种类 / 042
- 第三节 灯具和光源 / 045
- 第四节 照明设计常用的处理手法 / 051

— 第五章 展示设计的表现技法

053

- 第一节 展示设计的图纸应用 / 054
- 第二节 透视效果图 / 056
- 第三节 展示模型的设计与制作 / 061
- 第四节 计算机辅助设计 / 068

— 第六章 展示环境设计分类

071

- 第一节 商业展示 / 072
- 第二节 产品展示设计 / 080
- 第三节 博物馆展示设计 / 086
- 第四节 虚拟展示设计 / 092

后记

展示设计概论

第一章



— **本章重点** >>
通过本章的教学，使学生了解展示设计的基本概念，掌握展示设计的种类和其他设计专业的关系。

— **学习目标** >>
了解展示设计的定义，牢记展示设计的种类，为将来做展示设计之时把握行之有效的理论依据。

— **建议学时** >>
6学时。

第一章 展示设计概论

第一节 什么是展示设计

展示设计是指所展览和陈列的视觉艺术。包括各类商场、商店、饭店和宾馆等商业销售空间的室内外环境规划、美化等一系列工作,同时还包括室内商品陈列和各类附属促销品和陈列等展览工作,它的最终目的是提供给大众直观的视觉模式,来达到促进消费和引领消费的生活方式。

展示,在拉丁语中是“表现、显示”之意,在中文里以“展示”一词来表达,是被大众普遍接受的一种用法。“展示”二字的语义,包括了各种意味,仅以“示”来说,关联着的行为和现象就有各种“示”的行为方式,具有能动和被动的深层含义。含有“示”的词语也格外丰富,如有启示、告示、揭示、演示等。而作为“示”的修辞语“展”而言,则有打开、放开、展开等意义。因此,“展示”具有清楚地摆出来或明显地表现出来的意思。这种内涵是表现、显露、摆出、展开的行为和现象,主要是通过诉诸视觉感官来实现其意图的。

对于人类而言,从古至今,人们都懂得用穿上漂



图1-1 衣食住行是我们生活的必需品

亮的服装来表现自己的个性、气质和精神面貌。也力求住上金碧辉煌的房子来显示自己的尊贵和富有,这种求美的行为,除了与生俱来的本能驱使外,也包含着向社会、向别人展示的欲望,展示是一种包含着目的、意图的行为,具有深刻的意义,必须通过特定的环境和特别的方式来获取展示效果(图1-1)。

第二节 展示的本质

展示是一种有目的的行为,具有强烈的传达、告知和诱导的意图,必须调动一切可能性,千方百计地通过有力的展示活动来吸引、诱导顾客,以取得诉求效果。

从本质上来看展示的目的是为了促销,为商家实现营销目标进行最直接、最有效地宣传。同时,也是为了宣传自己的品牌,树立企业形象(图1-2)。因

此,展示设计是通过展示空间环境中,采用一定的视觉传达手段,借助一定的展示设施,将相关信息和内容展示在公众面前,以此达到对观众的心理、思想和行为产生重大影响的最终目的的创造性设计活动。

所有的展示都是一种高效传递信息和接受信息的交流,也必然符合信息交流的主要特征。1984年美国学者H.拉斯韦尔在《传播在社会中的结构与功能》的文章中,首次提出了构成信息过程的五种基本要素,即著名的“5W”模式:Who(谁)、Say what(说



了什么)、In which channel (通过什么渠道)、To whom (向谁说)、With what effect (产生什么效果)。这个模式并不复杂,无非是说任何一个信息活动过程都由五个部分组成:信息传播主体、信息内容、信息传播渠道、传播对象和传播效果。

图1-2 三星品牌展示

第三节 展示的特征

展示设计是一种将产品在一定的三维空间环境中诉诸视觉感官的“广告形式”。展示设计就诉求性的特定功能而言,似同于商业美术;就其表现形式、艺术手段和总体设计而言,又与舞台美术有异曲同工之处。总体来说,有以下七方面特征。

一、真实性

可将实物与文字、图形、环境、音乐相互配合,全方位地进行展示(图1-3)。真实地展示人们生活的具体环境、用途和生活方式,使消费者有身临其境的感觉,产生一定的联想,促使消费者对产品有一个全面的了解。

二、综合性

设计是一门包容广泛的综合性学科。一个专门



图1-3 空间布局展示

的展示设计,往往要涉及多个领域,流行趋势、市场供求、消费心理、展示空间、美学、视听艺术等方面的知识。需要具备包括绘画、雕塑、摄影、幻灯、录像、电影、现场演示、装饰材料、照明技术、管理知识、展示计划、成本核算、展览人才配备与现场工作



图1-4 科技产品设计



图1-5 虚拟的背景展示

管理等方面的能力(图1-4)。因而一个合格的展示设计者,不是只偏于一门的专家,而是通晓多门知识并善于将其具体应用于设计工作的“多面手”。

三、多维性

在当今的网络信息时代,信息的交流已经不受时间、空间的限制。在这样的背景下,要使展示大厅这样的空间存续下去,首先要对其有续的意义进行讨论。除了可以直接接触、感受等最直接的理由,另外就是让人能对某种品牌理念有一个感性的认识。而对于感受这一人体行为,真实的多维空间再合适不过了。观看者由上到下、由左到右、由前到后、由远及近地游历于展示空间中,通过角度和位置的变化以及



图1-6 体现了展示的主题

身临其境的感受,全方位地观看展品或接受信息,从而获得更深入仔细的认识和了解(图1-5)。

四、流行性

展示的流行性主要体现在企业的新品发布上。即向社会及消费者展示下一季的产品流行趋势。流行性具有很强的时间和空间的界限,流行的时间一过,再漂亮的时装也成了过时的衣着。对于流行性的把握,一定要了解消费者的心态、社会的文化思潮等相关信息,每一次的流行都是有社会背景的,有一种潜在的心理需求。由于展示的流行性,企业就要不断地进行产品创造,以展示为手段,把品牌的形象、设计思想和设计风格予以充分地展示(图1-6)。



图1-7 具有视觉亲和力的橱窗设计

五、独特性

展示属于视觉营销的一种方式，在激烈的市场竞争下，促使商家通过各种手段来展示自己品牌的个性。所谓的独特性就是指在展示设计的表现手法上要更新颖。营造一种适合自己品牌特点的环境和氛围。

使消费者进入一种生活空间或理想境界，被这一独特的魅力所吸引，全身心地得到感受和熏陶，使消费者把这个品牌及其商品作为首选，成为忠实的消费者（图1-7）。